

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN ZINE AUTOMOTIVE ARTIST
MOTOR KUSTOM KULTURE DI YOGYAKARTA



PERANCANGAN DESAIN

Ramadhan Arif Fatkhur

NIM 1012054024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2017

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN ZINE AUTOMOTIVE ARTIST
MOTOR KUSTOM KULTURE DI YOGYAKARTA



PERANCANGAN DESAIN

Ramadhan Arif Fatkhur

NIM 1012054024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2017

Jurnal Tugas Akhir berjudul:

PERANCANGAN ZINE AUTOMOTIVE ARTIST MOTOR KUSTOM KULTURE DI YOGYAKARTA disusun oleh Ramadhan Arif Ftakhur, NIM 1012054024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dinyatakan telah memenuhi syarat diterima.



Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001

ABSTRAK

PERANCANGAN ZINE AUTOMOTIVE ARTIST MOTOR KUSTOM KULTURE DI YOGYAKARTA

Ramadhan Arif Fatkhur

NIM 1012054024

Kustom Kulture lahir dari kaum minoritas yang menyemarakkan budaya D.I.Y. (*Do It Yourself*) yaitu sebuah gerakan yang menentang ketergantungan terhadap produk industri massal. Salah satu bentuk lain D.I.Y. sendiri adalah *zine*. *Zine* Merupakan media alternatif yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi yang jarang tersampaikan di media-media lain. *Zine* dibuat secara mandiri oleh masing masing komunitas dengan penyusunan tata letak secara manual yang bisa dibagi melalui *photocopy* atau dicetak *digital print*, bahkan sablon. *Automotive artist* sangat berperan penting dalam mengembangkan *Kustom Kulture* sebagai bentuk budaya yang perlu diberi apresiasi, termasuk para *automotive artist* tersebut. *Zine* menjadi sebuah informasi yang bisa menjadi sejarah agar tidak terjadi kesalahpahaman, bukan pada bentuk baku namun lebih kepada semangat serta prinsip dari kemandirian *Kustom Kulture*. Berdasarkan data visual dan data dari narasumber-narasumber yang diwawancarai serta dibahas, *artist-artist* yang menjadi pionir dalam perkembangan *Kustom Kulture* di Yogyakarta ditampilkan secara khas dari masing masing karakteristik mereka, dengan konsep penggambaran yang menganalogikan karakteristik motor. Untuk sampul serta gaya *zine* dibuat dengan penggambaran yang humoris dan ekspresif yang menyesuaikan dengan analogi motor *Kustom*. Dengan adanya *zine* ini diharapkan dapat menyebarkan semangat tersebut serta mengembangkan apresiasi motor *Kustom* termasuk para *artist Kustom Kulture* di Indonesia.

Kata Kunci: *Kutom Culture, zine, automotive artist*

ABSTRACT

ZINES DESIGN OF THE AUTOMOTIVE ARTISTS OF KUSTOM KULTURE MOTORCYCLE IN YOGYAKARTA

Ramadhan Arif Fatkhur

NIM 1012054024

Kustom Kulture was born from the minority who grew the culture of D.I.Y. (Do It Yourself), which is a movement against the dependence on mass industrial products. One of the other forms of D.I.Y. itself is a zine. Zine is an alternative media used to express information that is rarely conveyed in other media. Zine is created independently by each community, and the layout is arranged manually, which can be shared through photocopy or printed with a digital print machine, or even screen printed. Automotive artist is very important role in developing Kustom Kulture as a form of culture that needs appreciation, and so does the the automotive artist. Zine becomes a source of information that can be noted as history in order to avoid misunderstandings, not on the standard form but more to the spirit and the principle of independence Kustom Kulture. Based on the visual data and data from the interviewees, the artists who became pioneers in the development of Kulture Customs in Yogyakarta were shown typically from their respective characteristics, with the concept of depiction that analogized the characteristics of the customized motorcycle. The zine cover as well as its content styles are made with a humorous and expressive depiction that adapts to a Kustom motorcycle analogy. This zine is expected to spread the spirit and develop the appreciation of custom motors including the artist of Kustom Kulture in Indonesia.

Keywords: Kustom Kulture, zine, automotive artist

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kustom Kulture adalah *neologisme* (kata bentukan baru) yang digunakan untuk menggambarkan karya seni, kendaraan, gaya rambut, dan mode dari mereka yang menyetir, memodifikasi dan membangun mobil dan sepeda motor di Amerika Serikat di mulai tahun 1950-an sampai sekarang (*Kustom Kulture*, <http://magicinkmagz.com/kustom-kulture/>, 24 April 2016).

Pada awalnya *Kustom* dengan “K” adalah sebuah denotasi untuk mereka yang terlibat dalam dunia otomotif, khususnya mereka yang memiliki kreatifitas dan inovasi dalam mengubah sesuatu sehingga berbeda dari aslinya. Di sisi lain, *Custom* dengan huruf “C” dapat mempunyai makna yang luas di luar otomotif, walaupun pada perkembangannya *Kustom* terbagi-bagi dengan tidak meninggalkan asal-usul nama *Kustom* itu sendiri (Williams, 1993:22).

Kustom Kulture muncul dan mulai berkembang pada akhir tahun 50-an dan hampir bersamaan di seluruh wilayah Amerika. Kemunculan *Kustom Kulture* dipengaruhi oleh budaya *DIY* (*Do It Yourself*), yaitu sebuah gerakan kolaboratif antara seniman dan masyarakat luas dalam menentang ketergantungan terhadap produk, industri, kemapanan teori, dan sumber referensi. *Kustom Kulture* bisa dikatakan sebagai sebuah gerakan untuk menentang budaya *mainstream* yang sudah menguasai arus dominan dan sudah disepakati oleh umum baik dalam hal industri, otomotif, musik, *fashion* (gaya berpakaian), gaya hidup maupun perilaku. Gerakan *DIY* (*Do It Yourself*) memberikan motivasi akan kemampuan (*skill*) seseorang dalam melakukan apa saja sebagai bentuk kreatifitas, membuat, mendistribusikan, dan mengorganisir karya mereka tanpa harus tergantung pihak lain. Istilah “*doing anything at all, including your own version of whatever you think is missing in mainstream culture*”, yaitu bahwa setiap individu memiliki potensi untuk menjadi kreator (pencipta) dengan caranya masing-masing. *Kustom Kulture* merupakan protes terhadap keadaan politik dan juga sistem pemerintahan di mana salah satu peran dalam keberagaman *Kustom Kulture* salah satunya dipelopori oleh para veteran Perang Dunia ke-2 yang merasa kebingungan dengan posisi mereka se usai perang, yang kemudian mereka mengubah kendaraan perang (mobil dan motor) agar menjadi kendaraan yang bisa digunakan

sehari-hari. Hal ini memicu adanya perubahan (meng-*kustom*) kendaraan dengan tampilan yang semenarik mungkin.

Dalam perkembangannya *Kustom Kulture* terbagi-bagi menjadi *Hot Rod Car*, *Rat Rod Car*, *Kustom Bike*, *Chopper*, *Pinstriping*, *Lowrider*, *Rockabilly*, *Barber*, *Skateboard*, *BMX*, *Tatto*, *Zine* dan lain sebagainya. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak keberagaman *Kustom Kulture* di tiap-tiap kota di Amerika yang kemudian juga berkembang di negara-negara barat. Perkembangannya yang pesat membawa budaya *Kustom Kulture* sampai ke Indonesia pada awal tahun 1970-an, dengan Motor *Kustom Kulture* (*Kustom Bike*) sebagai cabang yang paling banyak diminati, sehingga *Kustom Kulture* identik dengan motor.

Motor *Kustom Kulture* (*Kustom Bike*) adalah istilah bagi modifikasi sepeda motor dalam *Kustom Kulture*, yang merupakan kegiatan mengubah struktur, model, maupun fungsi sepeda motor dari standar produksi massal menjadi sebuah model atau struktur baru sehingga menjadi ukuran, tampilan, dan fungsional yang berbeda dari aslinya. Maraknya aktivitas Motor *Kustom Kulture* (*Kustom Bike*) di Indonesia khususnya di kota-kota besar, memunculkan berbagai perkembangan teknologi otomotif, industri *part*, aksesoris dan lainnya, baik di kelas motor besar, motor klasik, dan terutama kelas kustom *underbone*, baik jenis motor bebek maupun skuter/*matic*. Banyaknya kontes dan kompetisi *Kustom* yang diselenggarakan setiap tahunnya, baik oleh *club* motor, *dealer*, media otomotif, perusahaan swasta/nasional dan sebagainya.

Di Yogyakarta sendiri terdapat berbagai kontes, kompetisi, *gathering*, dan macam-macam acara yang diselenggarakan oleh komunitas-komunitas *Kustom Kulture*. Salah satu yang terbesar yaitu “Kustom Fest”, sebuah *event* tahunan yang diisi dengan pertunjukan musik, *Art Exhibition*, kontes motor *Kustom Kulture*, *Hot Rod Car*, *Lowrider*, *Diecast*, dan lain sebagainya. Seiring dengan tumbuh dan berkembangnya kegiatan modifikasi motor di Yogyakarta, bengkel dan *workshop* kustom juga turut bertambah, dari yang dikelola secara sederhana, sampai yang dikelola secara profesional dengan spesialisasi tertentu.

Penyebaran Motor *Kustom Kulture* didukung oleh keberadaan *internet*, buku, dan majalah otomotif sebagai sumber informasi bagi para pecinta motor *Kustom Kulture* dan orang-orang yang berminat untuk menggelutinya. Dari berbagai media tersebut, majalah menjadi sumber informasi paling populer karena konsistensinya dalam menyajikan konten-konten dalam *Kustom Kulture*.

Di lain sisi, karena majalah membutuhkan dana produksi yang relatif besar, maka iklan dan sisipan komersil lainnya kerap dijadikan sumber dana utama untuk keberlangsungannya. Hal ini akhirnya berpengaruh terhadap konten-konten informasi yang terdapat di dalam majalah-majalah tersebut. Contohnya, konten yang lebih sering menampilkan persaingan tampilan dan bentuk luar kendaraan daripada makna atau visi utama dari budaya *Kustom Kulture*, konten yang mengarah pada transaksi jual-beli dan bukan upaya *rebuilding* secara *handmade*, dan konten yang tidak memberikan pemahaman mengenai 'kerja keras' yang merupakan gagasan utama dari budaya *Kustom Kulture*.

Sangat disayangkan jika nilai-nilai budaya motor *Kustom Kulture* ini hilang tergantikan dengan gaya visual dan atributnya saja. Maka hal ini dapat menjadi sebuah alasan cukup baik untuk memilih *zine* sebagai media komunikasi untuk menyampaikan nilai-nilai budaya motor *Kustom Kulture*. Mengingat *zine* adalah sebuah media *independent* yang dibuat secara swakelola dan diedarkan dalam kalangan *underground*, sehingga memungkinkan untuk memuat konten-konten yang non-komersil. Ditambah lagi, *zine* juga merupakan salah satu subkultur yang lahir dari budaya *Kustom Kulture*.

Di lain sisi, *Kustom Kulture* juga diwarnai oleh *Automotive Artist*. *Automotive Artist* adalah istilah bagi para pelaku yang berkarya dalam lingkup *Kustom Kulture*. Ragam *Automotive Artist* pun luas seperti; pelukis, *hand lettering*, desain grafis, *pinstriping*, *design fashion (apparel motorcycle)*, seniman, *builder*, *artworker motorcycle*, *tattoo*, *hairstylist (barber)*, kartun, kreator, dan lain-lain yang didalam Tugas Akhir ini dibatasi di wilayah Rupa (visual).

Zine dibuat, diterbitkan dan dipublikasikan oleh pembuatnya. *Zine* merupakan salah satu bentuk media alternatif yang berawal dari komunitas *underground* atau yang biasa disebut komunitas *independent*. Dalam hal ini *Zine* mencoba memberikan gagasan dan pemikiran baru tentang apa saja yang tidak diberikan oleh majalah *mainstream*, dan berusaha memberikan gambaran mengenai realitas sesungguhnya tentang apa yang terjadi di masyarakat, berdasarkan sudut pandang pembuatnya. Sehingga *zine* hadir sebagai media yang tidak diintervensi.

Perancangan tugas akhir ini memfokuskan ke dalam media *Zine Automotive Artist*, agar dapat memperlihatkan orisinalitas atas pemahaman konsep, karya, ekspresi tentang hubungan dunia otomotif maupun dengan dunia di luar otomotif yang tentunya tidak ada dalam media massa umum.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *Zine Automotive Artist* motor *Kustom Kulture* di Yogyakarta dalam menyampaikan keorisinilan dari karya-karya, konsep, ekspresi dan sosial yang ada dalam dunia *Kustom Kulture*?

C. Tujuan Perancangan

Merancang *Zine* budaya motor *Kustom Kulture* untuk menunjukan keorisinilan dari karya, konsep, ekspresi, dan sosial yang tidak ada dalam media massa umum kepada para penikmat *Kustom Kulture*.

D. Teori dan Metode Perancangan

Agar komunikasi dalam perancangan *Zine* ini dapat tersampaikan dengan baik, sangat penting menyimpulkan data dari metode perancangan. Metode perancangan yang digunakan pada perancangan ini adalah:

1. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Literatur

Metode mencakup pencarian data dari kepustakaan dari berbagai sumber pustaka dan studi literatur dari berbagai media baik media konvensional cetak maupun media *internet* yang mendukung perancangan ini.

b. Metode Wawancara

Mengajukan pertanyaan secara tertulis berupa wawancara dengan khalayak masyarakat atau target *audience* tertentu yang berkaitan dengan permasalahan, guna mengetahui seberapa besar pengetahuan target *audience* terhadap konten yang akan diangkat serta untuk mengetahui seberapa besar dampak efektivitas media tersebut terhadap hasil yang diharapkan.

2. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam analisis menggunakan metode SWOT sebagai dasar media dan objek perancangan.

Dari metode-metode tersebut akan dapat menentukan penerapan dalam membuat *Zine*.

II. PEMBAHASAN

A. Strategi Kreatif

a. Target Audience

Target audience dari perancangan zine ini, yaitu:

1) Demografis

a. Umur

17 tahun keatas, karena telah memiliki surat izin mengemudi.

b. Jenis kelamin

Laki-laki dan perempuan.

c. Pendidikan dan Profesi

tidak melihat batas pendidikan dan tidak melihat batas profesi.

2) Geografis

a. Primer

Yogyakarta

b. Sekunder

Indonesia

3) Psikologis

a. Primer

Punya ketertarikan terhadap dunia otomotif dan kesenian.

b. Sekunder

Baru tertarik dengan dunia otomotif.

b. Isi Pesan

Perancangan *Zine Automotive Artist* motor *Kustom Kulture* di Yogyakarta ini mengemas pesan berupa sejarah dan pengertian mengenai duni *automotive artist* motor *kustom kulture* yang menyemangatkan budaya DIY di Amerika, dijelaskan perkembangan *kustom kulture* khususnya dibidang kesenian serta menjelaskan peran-peran otomotif artist di Yogyakarta.

Penjelasan dan latar belakang dari beberapa *automotive artist* motor *kustom kulture* di Yogyakarta dan menggambarkan kehidupan mereka, menjelaskan aliran-aliran motor *Kustom Kulutre* beserta gaya dalam kehidupannya, dan menjelaskan teknik teknik dalam berkesenian dari *automotive artist* di Yogyakarta sekaligus karya karya mereka serta pereanan mereka pada dunia *Kustom*.

B. Konsep visual

1. Deskripsi Isi

Zine ini akan membahas mengenai bagaimana pengertian pelukis, ilustrasi motor, teknik etsa. membahas kerja keras kultur, tato, definisi *Kustom Kulture*. Kolektor, produsen motor pertama (sejarah, edukasi), *genre* motor *kustom*, *builder*, *Barber (fashion)*, dan acara. Berikut pembagian pembahasan dalam *zine* ini:.

- a. Pengantar *Kustom Kulture* oleh Helly Mursito, Galih Johar, dan Ahmad Oka.
- b. Pembahasan bengkel oleh Pirus (produsen), dan Darizt (*builder*).
- c. Apresiasi *Kustom Kulture* oleh Handoko.
- d. Mengenai para *visual artist* yaitu Dikileos (ilustrasi), Ricorder (ilustrasi), Kodil (*pinstriping*), dan Maximum Moustatche (pin etsa).

2. Deskripsi Gambar

Deskripsi gambar yang akan dipakai dalam *zine* ini dijelaskan pada pembagian-pembagian berikut:

a. Format Perancangan

Format dari *zine* ini yaitu, 50% gambar dan 50% teks dengan halaman isi yang akan dicetak sebagian *full colour* dan sebagian lainnya hitam-putih

b. Layout

disusun dengan gaya layout berbeda beda dengan menyesuaikan gaya tampilan karya mereka, serta sebagai *coding* dan sebagai simbol dari tiap *artist* yang dibahas

c. Gaya Ilustrasi

gaya ilustrasi yang dipakai berbeda beda karena menyesuaikan karakteristik dari para artist yang masuk dalam *zine* ini. Penggunaan gaya yang ditonjolkan meliputi tiap narasumber sebagai berikut:

- 1) Helly Mursito: menunjukan seniman tato dalam *kustom kulture*, semisal barang-barang antik yang biasanya untuk *display* studio tato, alat-alat tattoo, serta praktek membuat tato.
- 2) Galih Johar: Motor *trail* dan *street cub* yang dikemas serta saat praktek memotong rambut, alat-alat yang dignakan, serta tokoh-tokoh yang ia pakai.
- 3) Ahmad Oka: menggambarkan *genre-genre* motor dan penggambaran profil Ahmad Oka.
- 4) Pirus: Penggambaran profil Pirus, bengkelnya serta suasana bengkel serta motor yang ia produksi beserta ilustrasi pembuatan mesin.
- 5) Daris: Menggambaran profil dari Daris, alat-alat di bengkel, logo dari Daris, motor-motor yang telah ia *kustom*.
- 6) Maximum Moustache: Menggambaran karakter Maximum Moustache, alat, bahan, dan prosesnya dalam membuat etsa.

- 7) Handoko: menggambarkan profil dari Handoko, menggambarkan bengkel restorasi, koleksi museum motor-motor koleksinya.
- 8) Dikileos dan Ricorder direspon pada tipografi.
- 9) Kodil: Alat-alat dan juga bahan yang digunakan dalam praktek *pinstriping*.

C. Pemilihan Media

1. Media Utama

Media utama dari perancangan ini adalah *zine* yang dicetak.

2. Media Pendukung

Media pendukung digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi terhadap target audiens dalam merespons media utama. Hal ini diperlukan unsur-unsur yang dapat menarik perhatian. Media pendukung yang dipakai sebagai berikut:

a. Poster

Sebagai media yang dapat menarik perhatian dalam sekali lihat serta dapat ditempatkan pada banyak tempat berdinding.

b. Pin Etsa

Sabagai media pendukung yang juga sebagai aksesoris *fashion* dari *kustom kulture*.

c. *Ride Journal Motorcycle*

sebagai media pendukung yang dapat membantu mencatat kebutuhan-kebutuhan saat berkendara.

d. *Slayer (Bandana)*

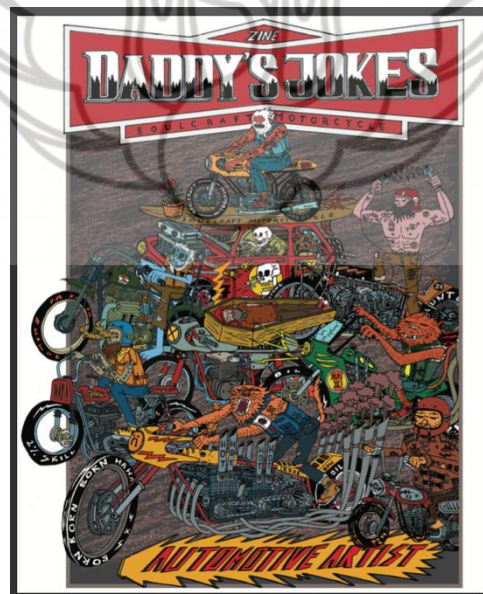
Sebagai penutup muka serta sebagai bagian *fashion* dalam *kustom kulture*.

e. *Scarf*

Sebagai pelindung dari polusi serta bagian dari *fashion* dalam *kustom kulture*.

D. Hasil Perancangan

Visualisasi adalah proses terakhir dari hasil penjabaran dari bab-bab sebelumnya. Tahap pengumpulan data yang diperlukan dalam perancangan zine Automotive Artist Motor Kustom Kulture di Yogyakarta telah dikumpulkan pada bab-bab sebelumnya. Pada bab ini dijelaskan tentang proses visualisasi dari hasil data yang terkumpul.



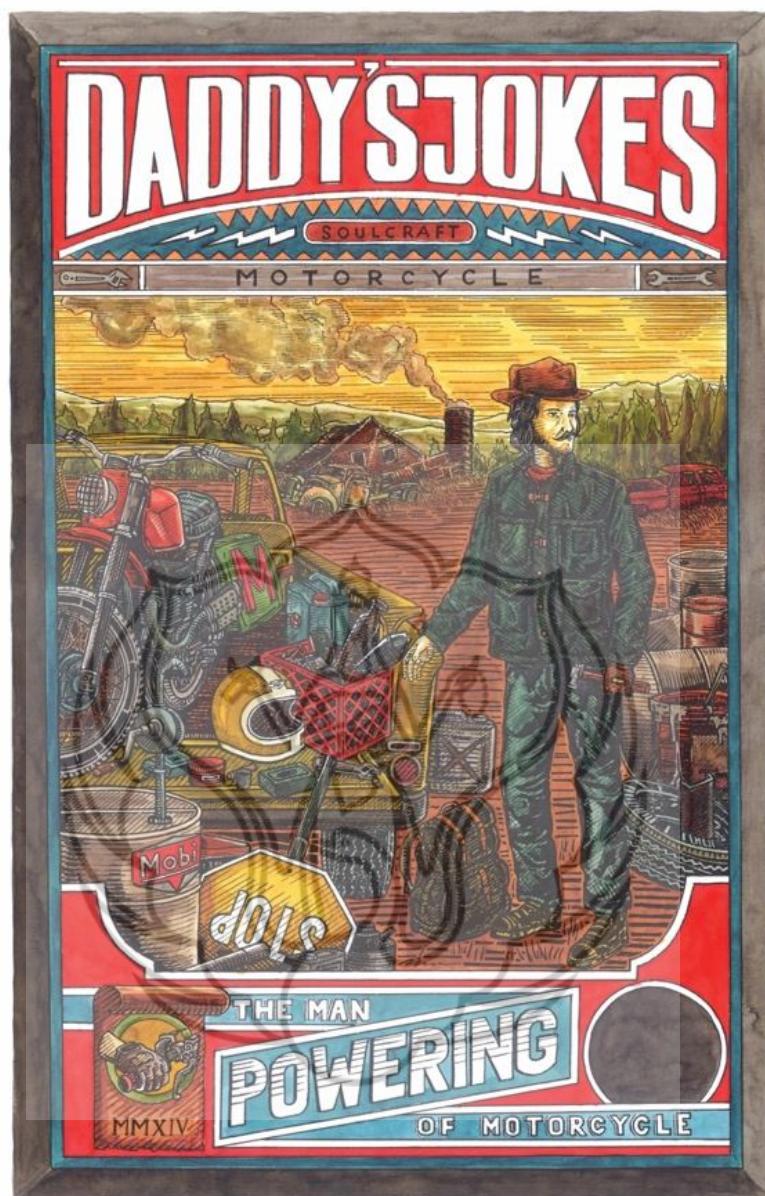
Desain sampul

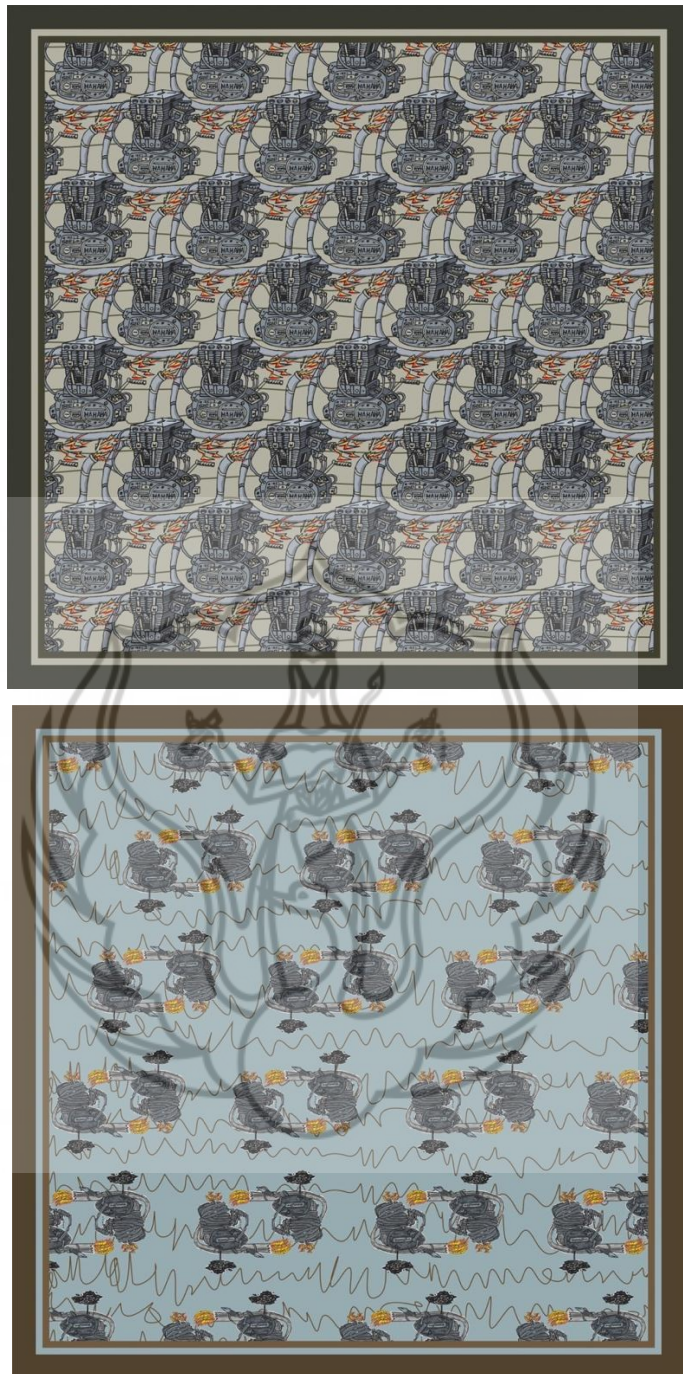






Halaman isis





media pendukung

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

Ketidak tahuan para *bikers* ataupun pegiat *Kustom Kulture* lainnya serta masyarakat umum tentang dunia *Kustom Kulture* itu sendiri disebabkan karena kurangnya referensi yang mendalam serta informasi dari *Kustom Kulture* tersebut yang susah diakses karena perbedaan jarak dari budaya Indonesia dengan budaya dari luar. Perancangan *zine* ini ditujukan untuk memecahkan masalah yang terjadi dikalangan para *bikers* maupun pegiat *Kustom Kulture* saat ini. *Zine* dipilih sebagai bentuk media alternatif dikarenakan kemungkinan untuk lebih luwes dan lebih dekat dengan *target audience* dimana *target audience* lebih diutamakan pada mereka yang memiliki ketertarikan di dunia otomotif dan dunia kesenian.

Setelah naskah disusun dan data visual telah terkumpul dari nara sumber, kemudian naskah tersebut disusun untuk dirancang *layout* beserta ilustrasinya. Perancangan *zine* ini menggunakan gaya *layout* dan ilustrasi yang menunjukkan karakter dari para *artist* sebagai narasumber dalam *zine* ini, agar menyampaikan kepada *target audience* dari gagasan-gagasan mereka.

B. Saran

Selama proses mendapatkan data dalam menyusun naskah mengalami beberapa kendala, sebutlah narasumber sulit menyampaikan gagasannya, susahnya mendapatkan data visual dari beberapa *artist* dalam *zine* ini sehingga penulis perlu mencocokkan gaya dari beberapa *artist* tersebut.

Untuk mereka yang membahas selanjutnya perlu membantu pengarsipan data visual para *artist* baik dalam *zine* ini maupun diluar *zine* ini. Perlu pula membahas lebih banyak para *artist* yang juga belum terjangkau dan belum dibahas serta perlunya menyebarkan pengetahuan ini tidak hanya dalam bentuk cetak saja, namun perlu pengembangan media yang lebih luas agar dapat mencakup lebih banyak *audience* dalam mengapresiasi *Kustom Kulture*.

DAFTAR PUSTAKA

Bibliografi

Artini R, Kusmiati, (1999). *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*, Jakarta: Djambatan.

Craig, James, (1990). *Basic Typography: Design Manual*, New York: Watson-Gutpil Publication.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, (1989). Balai Pustaka: Jakarta.

Landa, Robin, (2005). *Graphic Design Solution*. New York: Wadsworth Publishing.

Schender, George, (1977). *Perihal Cetak Mencetak*. Yogyakarta: Kanisius.

Tarigan, Erick Gideon, (2005). *Tinjauan Desain Sampul Buku Rohani Kristen Terbitan ANDI*. ISI Yogyakarta: skripsi sarjana tak diterbitkan.

Tim Leksikon Grafika, (1979). *Tata Letak dan Perwajahan*. Jakarta: Pustaka Grafika Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Turnbull, Arthur T. & Russel N, (1987). *The Graphic of Communication*. London: Baird.

Wikandari, Made Primaswari, (2007). *Studi Tentang Zine Sebagai Media Alternatif Indie Di Indonesia*. ISI Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan.

Majalah

Majalah Concept, Vol 2 Edisi 12, 2006. PT. Concept Media, Jakarta

Nugroho, Wahyu. 2005. Mata Baca Volume 3 No 6, Gramedia, Jakarta.

Arian. 2002. Trolley Magazine Volume 2 No 9, PT. Interstate Asia, Bandung.

Webtografi

<http://kustomfest.com/kustomfest-2013-dan-maestro-pinstriping-hirowildmanishii/>.

<http://kustomfest.com/magic-ink-magz-konten-kustom-kulture/>

<http://www.desainstudio.com/2011/11/perbedaan-typeface-dan-font.html>.

<http://www.motor-modif.com/profile-detail/166/rio-bronx-spesialis-pinstriping>.

<https://www.facebook.com/freeflow.kustom..>

<http://aspirasionline.com/2016/01/mengenal-media-alternatif-bernama-zine/>.

http://www.goodreads.com/book/show/21087.notes_from_undergroud.

<http://beritagar.id/artikel/otomotif/mengenal-jiwa-modifikasi-kendaraan-melalui-kustomfest>.

<http://magicinkmagz.com/kustom-kulture/>

<http://indonesiaartnews.or.id/>

http://en.m.wikipedia.org/wiki/kustom_kultur



